

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK PADA PRODUK CITRA *HAND & BODY LOTION***

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY IN  
CITRA *HAND & BODY LOTION****

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2013**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK PADA PRODUK CITRA *HAND & BODY LOTION***

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY IN  
CITRA *HAND & BODY LOTION****



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing

Dr. Indah Fatmawati, M.Si.  
NIK: 143 029

Tanggal, 05 April 2013

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK PADA PRODUK CITRA *HAND & BODY LOTION***

*THE INFLUENCE OF BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY IN  
CITRA HAND & BODY LOTION*

Diajukan Oleh:

**HARIYATI NAZILA**  
**20090410022**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 24 April 2013  
Yang terdiri dari:

Dr. Susanto, MS.  
Ketua Tim Penguji

Dr. Indah Fatmawati, M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Rr. Sri Handari W. SE., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto S.E., M.Si.  
NIK: 143 016

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya,

Nama : Hariyati Nazila

Nomor mahasiswa : 20090410022

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK CITRA *HAND & BODY LOTION*”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 05 April 2013

**Hariyati Nazila**

## **PERSEMBAHAN**

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ**

*Syukur Alhamdulillahirabbil 'Aalamiin segala puja dan puji bagi Allah SWT. atas segala nikmat serta limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabatnya.*

*Dengan terselesainya Skripsi ini, penulis persembahkan untuk kedua orang tua, Bapak dan Bundaku tersayang yang telah memberikan kasih sayang tiada henti, ikhlas mendo'akan, mengorbankan tenaga dan pikiran, serta hartanya untuk mengasuh, mendidik, memberi dukungan dan nasehat pada ananda demi kebahagiaan dan kesuksesan ananda.*

*Penulis persembahkan pula untuk mbak-mbakku dan adikku serta keluarga besarku yang ada di Lamongan terimakasih atas do'a dan dukungannya. Penulis*



*persembahkan juga untuk almarhum pak'on mbok'emos, mbah ron dan mbah yat semoga amal ibadah diterima disisi-Nya.*

*Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk aa'ku tersayang yang telah sabar buuwangetz nemenin aku, memberikan support dan nasehat semoga Allah senantiasa melimpahkan Rahmat dan Kenikmatan untuknya. Semoga apa yang menjadi harapan dan cita-cita kita senantiasa mendapat ridho dari-Nya (amien).*

*Penulis persembahkan pula untuk para ibu dan bapak dosen yang telah ikhlas mengajarkan ilmunya pada penulis, semoga amal beliau diterima oleh Allah SWT.*

*Tidak lupa penulis persembahkan untuk semua sahabat-sahabatku yang tidak mungkin penulis sebutkan namanya satu persatu atas segala bantuan dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih, semoga kalian selalu mendapatkan limpahan Rahmat dan Kenikmatan dari-Nya. Canda tawa kalian akan menjadi kenangan terindah dan semoga silaturrahmi kita selalu terjaga sampai kapanpun.*



## Motto

*“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan yang banyak mengingat Allah”. (Al-Ahzab: 21)*

*“Barang siapa menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. Dan tidaklah berkumpul suatu kaum disalah satu dari rumah-rumah Allah, mereka membaca kitabullah dan saling mengajarkannya diantara mereka, kecuali akan turun kepada mereka ketenangan, diliputi dengan rahmah, dikelilingi oleh para malaikat dan Allah akan menyebut-nyebut mereka kepada siapa saja yang ada disisi-Nya. Barang siapa berlambat-lambat dalam amalannya, niscaya tidak akan bisa dipercepat oleh nasabnya” (H.R Muslim dalam Shahih-nya).*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada produk Citra *hand & body lotion* di Kota Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Citra *hand & body lotion*. Sampel berjumlah 150 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel karakteristik merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dengan koefisien regresi sebesar 0,446 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karakteristik perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek dengan koefisien regresi sebesar 0,007 dengan nilai signifikansi sebesar 0,912. Karakteristik pelanggan-merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,397 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,576 hal tersebut berarti bahwa 57,6% variabel loyalitas merek (Y) dalam model penelitian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kepercayaan merek (X), sedangkan sisanya sebesar 42,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata kunci: Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan-Merek, Loyalitas Merek.



## ABSTRACT

*This research aims to analyze the influence of brand trust toward the brand loyalty in Citra hand & body lotion in Yogyakarta. The subjects of this research are consumers who use Citra hand and body lotion. The samples are 150 respondents chosen by using purposive sampling. Multiple linier regression analysis was applied in analyzing the data.*

*Results showed that the brand characteristic has significant effect to brand loyalty with regression coefficient of 0.446 with significance level of 0.000. The company characteristic has no effect to brand loyalty with regression coefficient of 0.007 with significance level of 0.000. Consumer – brand characteristic also has significant to brand loyalty with beta coefficient of 0.397 with significance level of 0.000. Adjusted R Square value of 0,576 which is mean that 57,6% of consumer loyalty (Y) could be explain by the independent variables brand trust (X), while the remaining amount of 91,9% is explained by the other variables outside this research.*

*Key words: Brand Trust, Brand Characteristic, Company Characteristic, Consumer-Brand Characteristic, Brand Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

### بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Produk Citra *Hand & Body Lotion***” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dan mengambil keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, S.E.,M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, M.Si., yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, masukan dan pemikiran selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Ibu Hasnah Rimiyati, S.E,M.Si. yang telah memberi masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini.
5. Seluruh dosen, staf dan administrasi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memfasilitasi kelancaran penelitian.
6. Bapak dan Bunda serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (Skripsi) ini.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT.

Sebagai kata akhir, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik penulis maupun pembaca. Oleh karena itu, pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 April 2013

**Hariyati Nazila**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMA JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	6
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
1. Merek .....	8
2. Loyalitas Merek .....	10
3. Kepercayaan Terhadap Merek .....	15

B. Penelitian Terdahulu .....	21
C. Hipotesis .....	23
D. Model Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	28
B. Jenis Data .....	28
C. Teknik Pengumpulan Data .....	28
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	29
E. Defenisi Operasional Pengukuran Variabel Penelitian .....	29
F. Alat Ukur Variabel Penelitian .....	33
G. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	33
1. Uji Validitas .....	33
2. Uji Reliabilitas .....	34
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	34
1. Uji Regresi Linier Berganda .....	35
2. Uji Koefisien Persial (Uji t) .....	36
3. Uji Hipotesis Serentak (Uji F) .....	37
4. Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	39
1. Gambaran Objek Penelitian .....	39
2. Misi Citra .....	40
3. Gambaran Subjek Penelitian .....	42

B. Uji Kualitas Instrumen .....	42
1. Uji Validitas .....	42
a. Uji Validitas Karakteristik Merek .....	43
b. Uji Validitas Karakteristik Perusahaan .....	44
c. Uji Validitas Karakteristik Pelanggan-Merek .....	44
d. Uji Validitas Loyalitas Merek .....	45
2. Uji Reliabilitas .....	46
3. Analisis Deskriptif .....	47
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	49
1. Uji Regresi Linier Berganda .....	49
2. Uji Koefisien Parsial (Uji t) .....	51
3. Uji Hipotesis Serentak (Uji F) .....	52
4. Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	53
D. Pembahasan .....	53
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN</b>	<b>57</b>
A. Simpulan .....	57
B. Keterbatasan Penelitian .....	58
C. Saran .....	58

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

4.1. Populasi dan Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	42
4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Merek .....	43
4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Perusahaan .....	44
4.4. Hasil Uji Validitas Karakteristik Pelanggan-Merek .....	44
4.5. Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek .....	45
4.6. Hasil Uji Reliabilitas .....	46
4.7. Karakteristik Responden .....	48
4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	50

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian .....	27
-----------------------------	----